

Vint anys de ràdios municipals

Maria Coromines, Mercè Díez i Laura Bergés

Professores del Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació UAB

■ Veinte años de radios municipales

Cataluña cuenta en la actualidad con 189 emisoras municipales de radio. La calidad y la variedad de la oferta de programas, la escasa presencia de personal contratado, los problemas de financiación y de equipamientos provocan que las radios municipales se hallen en la situación más precaria cuando se trata de afrontar los nuevos retos.

■ Twenty years of municipal radio stations

At the moment, Catalonia has 189 municipal radio stations. These stations are in an extremely difficult position due to the quality and variety of programmes on offer, the limited number of employees, and problems related to financing and equipment.

■ Vingt ans de radios municipales

La Catalogne compte aujourd'hui 189 radios municipales. La qualité et la variété de la programmation, le petit nombre du personnel salarié, les problèmes de financement et d'équipement sont autant de facteurs qui expliquent que ces radios, confrontées aux nouveaux défis, se trouvent aujourd'hui dans une situation plus que précaire.

Ara fa vint anys de la creació de les primeres ràdios municipals a Catalunya; un aniversari paral·lel, i íntimament associat, al de la recuperació dels ajuntaments democràtics després de la dictadura. Però la radiodifusió pública local no només suscita interès per una simple imposició del calendari. En els darrers anys hi ha hagut novetats significatives dins del sector de les ràdios municipals; un sector que no es pot considerar «menor» si tenim en compte que mobilitza més de 5.000 persones.

Val a dir, però, que els anys noranta no han estat prolífics pel que fa a l'estudi de la comunicació local. La major part dels estudis monogràfics que s'han produït sobre les emissores municipals són dels primers anys vuitanta; és a dir, es van realitzar durant l'etapa d'eclosió del fenomen de la ràdio municipal(1). En aquest sentit, l'informe realitzat per al Llibre Blanc de la radiodifusió municipal a Catalunya és l'eina descriptiva i d'anàlisi més actualitzada sobre la situació d'aquestes emissores(2).

Del moviment unitari cap a noves formes de coordinació

L'evolució del conjunt de les ràdios municipals sembla seguir una pauta cíclica que tendeix a variar cada nou lustre. La primera etapa, fins a mitjan anys vuitanta, són els anys de la il·lusió i la participació. A nivell local, apareixen tot de grups de pioners que estan disposats a suplir les mancances, no únicament materials, amb grans dosis de voluntarisme. Més enllà de la pluralitat d'experiències –no es pot parlar d'un model únic de ràdio municipal– s'aconsegueix vertebrar un alt grau de consens sobre els principis que haurien d'orientar la seva activitat. Aquests principis fundacionals, formulats per les mateixes emissores aplegades al si de l'EMUC, són compartits i validats també per les institucions, els partits polítics i els estudiosos.

La segona meitat de la dècada dels vuitanta, les

ràdios municipals van haver d'afrontar situacions força conflictives. Sota la denominació d'emissores municipals, apareixen alguns casos, per bé que aïllats, de ràdios amb una clara orientació comercial. S'obren els primers expedients sancionadors, alhora que sorgeixen nous fronts de conflicte, fonamentalment amb l'SGAE (Sociedad General de Autores de España) i la radiodifusió privada, que es mostra bel·ligerant amb la pràctica del doble finançament (a través dels pressupostos municipals i la publicitat).

La situació es clarifica a començament dels noranta amb la publicació de la Llei d'organització i control de les emissores municipals (1991), que possibilita la llargament reivindicada regularització. Però, tot i que la llei consagrava la doble via de finançament, els conflictes amb la ràdio privada encara perviuran després de la seva publicació. Malgrat això, els principals reptes que es formulen en aquest període són la definició de les relacions de les emissores amb els consistoris municipals i la consolidació d'una programació de servei públic.

Es pot considerar que a mitjan anys noranta s'enceta una nova etapa, que es podria caracteritzar com la de la fragmentació del moviment de les emissores municipals. L'EMUC, tot i que no es dissol formalment, perd protagonisme com a ens aglutinador de la pluralitat d'experiències.

Un cop aconseguit el reconeixement legislatiu de les emissores municipals, i en un context d'increment de la competència radiofònica i d'altres mitjans locals, les demandes de coordinació entre les emissores municipals se centren en tres aspectes fonamentals, que ja s'havien anat apuntant en anys anteriors: el finançament, buscant vies d'accés a subvencions i publicitat institucional d'abast supramunicipal; la consolidació de les programacions, tant en termes d'hores d'emissió com en termes de continguts; i la formació del personal de les emissores. Aquestes són les qüestions principals a les quals, partint de models diferenciats, intenten donar alguna solució els nous organismes que s'han creat, caracteritzats per l'important paper que hi han assumit les diputacions provincials i per un alt grau de polarització política.

Així, la tardor del 1994 es crea el Consorci de la Comunicació Local-com Ràdio, impulsat per la Diputació de Barcelona, l'Àrea Metropolitana de

Barcelona i l'EMUC, i que ha tendit a agrupar les emissores de municipis governats pel PSC i IC. El projecte de com Ràdio planteja com a objectiu oferir a les emissores municipals la possibilitat de connectar amb la seva programació el temps i en els espais que cadascuna triï (informatius, magazins...), i els facilita l'accés a campanyes de publicitat institucional alhora que els permet sumar audiències amb vista a la negociació de contractes publicitaris. En aquest projecte s'hi han vinculat unes 90 emissores municipals, entre les quals n'hi ha de nova creació, com ara les de Girona, Lleida i Barcelona, que assumeixen com a pròpia la programació de com Ràdio.

Pocs mesos després de l'inici de com Ràdio es constitueix la Fundació de la Ràdio i la Televisió Locals de Catalunya, amb una participació majoritària d'emissores i televisions de municipis governats per ciu. La tardor de 1998 es crea un nou projecte, el Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC), impulsat, com la Fundació, per les diputacions de Tarragona, Girona i Lleida, governades per ciu, com també per diversos ajuntaments i consells comarcals del mateix signe. A diferència de com Ràdio, el nou consorci no se circumscriu a la radiodifusió municipal, sinó que situa la seva actuació en l'àmbit de la comunicació local, i ofereix serveis de suport a tots els mitjans locals: públics i privats; radiofònics, televisius, escrits i telemàtics. Els serveis que anuncia el CLCC són una agència de notícies especialitzada en la cobertura local i comarcal, una base de notícies per Internet, serveis de formació per al personal i de suport a la comercialització, i renovació tecnològica.

Les ràdios municipals han desenvolupat també altres formes de cooperació, d'orientació més professionalista, com la integració a la Federació Catalana de Ràdio i Televisió Locals (que aplega una seixantena de ràdios i està vinculada a la Fundació), o la col·laboració entre emissores d'una mateixa zona geogràfica. En aquest darrer cas, ja sigui de forma regular (com fan les Emissores Municipals de les Terres de l'Ebre) o més puntual, se sol intercanviar informació o bé realitzar programes conjuntament.

Consolidació d'objectius i creixement

Catalunya disposa, a hores d'ara, de 189 emissores municipals de ràdio(3). Aquesta xifra és el resultat d'un

procés de creixement continuat, per bé que amb ritmes diferents. Així, en comparació amb els anys vuitanta, durant la dècada actual es detecta una desacceleració. En els sis anys que van de 1982 a 1988 es crea quasi un centenar d'estacions noves (96); en canvi, entre 1988 i 1998 en neixen 49.

Aquesta ralentització del ritme de creixement va lligada a d'altres canvis de caràcter més qualitatiu. En una mena de procés de capil·larització, aquestes emissores han deixat de concentrar-se en bona part a les comarques de Barcelona (del 85,5% que representaven el 1982 al 55,1% de 1998) i ja són presents a quasi totes les comarques catalanes. A febrer de 1999, només quatre comarques, totes de la demarcació de Lleida, amb poca població i dispersa en municipis petits, no disposen encara de cap estació d'aquest tipus.

La ràdio municipal ha penetrat més a les poblacions petites i, sobretot, a les mitjanes. En aquest sentit, la desacceleració del creixement es podria interpretar en la línia que ja són presents a la majoria de poblacions amb possibilitats de crear-ne. Això no obstant, i especialment a partir de la segona meitat dels noranta, han aparegut noves emissores a les ciutats més grans: Barcelona, Lleida, Tarragona, Terrassa. Aquest augment als municipis de més de 50.000 habitants suggereix que –a diferència dels anys vuitanta– per a les ràdios municipals han anat prenent més importància els criteris d'audiència.

Aquesta evolució general no és independent de les transformacions que, en un sentit més ampli, s'han produït també en el sistema comunicatiu local. En aquesta línia, l'emergència amb força de les televisions locals –que s'apunten com a grans protagonistes del moment– sembla que ha comportat una integració, almenys pel que fa a la gestió, de les emissores de ràdio municipals amb aquests mitjans, i eventualment també amb la premsa municipal. D'altra banda, perd pes la gestió a través dels patronats en favor d'altres fórmules, com les societats mercantils municipals, a les poblacions més grans, i la gestió directa per part dels ajuntaments, a les més petites.

Informació i participació

Per a les emissores municipals, la informació és identificada, encara, com a forma preferent de

vehiculació dels continguts locals. L'any 1996, les ràdios públiques locals continuaven esmentant-la com a objectiu prioritari, amb diferència sobre els altres, fins i tot en els casos (especialment als municipis més petits) en què tenia molt poc pes en la programació. En general, la presència d'aquesta informació –que fa referència a l'àmbit proper, en el sentit que prové de la proximitat local, però també comarcal o subcomarcal– augmenta amb les dimensions del municipi: més hores d'informació a les emissores de poblacions mitjanes o grans.

En aquest sentit, les emissores d'aquests municipis tenen una programació més diversificada. A totes, a més de la música, és constant la presència de la informació, cosa que no passa a les més petites, i de l'esport (ja sigui com a informació esportiva o retransmissions). També està molt estès l'ús del magazín –sovint emfasitzant els continguts locals– mentre que a les poblacions més petites hi té un pes força inferior.

El component local també es reflecteix a través de la participació ciutadana, i especialment de les entitats que, encapçalades per les esportives i, en menor grau, les culturals, actuen sobretot com a font d'informació i com a convidats de programes. Llevat dels municipis més petits, també hi ha participació en l'elaboració d'espais, especialment per part de grups de teatre, entitats sardanistes, religioses, esportives, cases regionals i, progressivament i segons les zones, associacions d'emigrants magribins.

A les ciutats més grans és significativa la participació de les associacions de veïns, mentre que als municipis més petits la ràdio ha actuat sovint com una entitat aglutinadora especialment del jovent.

Quant a la música, s'ha comentat que la presència d'aquests continguts posa en qüestió el paper de les municipals. Amb tot, cal recordar que aquest fet ja s'havia observat als anys vuitanta. A més, que hi hagi més presència de la música a les emissores més petites s'explica també perquè tenen menys recursos disponibles, i també perquè són els espais que més col·laboradors generen.

Ús del català

La normalització lingüística ha estat, juntament amb la informació local, un altre dels grans objectius

clàssics de les emissores municipals. En aquest sentit, la presència del català en la programació és clarament majoritària i ha tendit a augmentar i a reforçar-se amb els anys, fins al punt que la majoria d'emissores el considera un objectiu assolit.

Tot i això, les emissores també assenyalen —en una proporció d'una de cada quatre— que la correcció en l'ús de la llengua catalana és una de les principals mancances en la preparació del personal, per bé que sovint s'intenta resoldre a través de l'assistència a cursos.

En la publicitat, la normalització lingüística no ha arribat encara als mateixos nivells que en la programació, per bé que també hi domina la llengua catalana. Aquí, el pes del català s'explica en part perquè la publicitat institucional es fa, de forma molt majoritària, en aquesta llengua. En la comercial, les emissores tendeixen a deixar que la llengua sigui decidida per l'anunciant. Per tant, la participació relativa del català s'ha d'entendre —potser encara més que en la programació— en el marc sociolingüístic concret de la comunitat servida per la ràdio municipal.

Vells problemes i nous reptes

Ja s'ha insistit en la dificultat que representa l'anàlisi global de la realitat de les emissores municipals per l'heterogeneïtat que les caracteritza. Tot i això, és possible identificar un seguit de reptes i problemes que hi destaquen: com trobar un equilibri entre professionalització i participació voluntària, com viure i renovar-se amb pressupostos limitats i, sobretot, com situar-se en el nou marc comunicatiu que, a escala global, però també local, es dibuixa.

Professionalització i voluntarisme

Professionalització i participació no són, necessàriament, termes excloents. Segurament és tan difícil assegurar la continuïtat d'una emissora només a partir dels voluntaris com que una ràdio municipal que disposi exclusivament de personal professional pugui garantir prou la participació ciutadana.

Les mateixes emissores municipals mostren una posició ambivalent pel que fa a la valoració de la professionalització de les plantilles. D'una banda, es considera que fomenta la supressió de la figura del col·laborador i que limita el potencial participatiu. De

l'altra, però, es posa de manifest que el personal contractat pot assumir un paper canalitzador de les demandes d'intervenció a la ràdio, i s'associa la seva funció, en certa manera, a la dels dinamitzadors socioculturals. Aquesta segona perspectiva es planteja trobar un punt just entre el raonable reconeixement i dignificació de la feina feta pels dinamitzadors de les ràdios, i la possibilitat de ser un canal d'expressió directa i viva de les inquietuds locals.

Cal tenir en compte, doncs, que en el resultat del binomi establert entre professionals i col·laboradors és fonamental la definició del model de ràdio que es pretén oferir. No es tracta, per tant, d'una qüestió que es pugui abordar únicament des del punt de vista pressupostari.

Finançament

La presència o no de personal remunerat, més alta com més habitants té el municipi, és l'aspecte que determina en una mesura més importat les divergències entre els pressupostos de les emissores. A les ràdios en què hi ha personal contractat, i especialment a les de les localitats més grans, la partida destinada a la seva remuneració és la més important, amb diferència, dins del capítol de despeses. Precisament han estat aquestes emissores les més afectades per retallades pressupostàries, que han incidit sobretot en les partides de personal. En alguns casos això ha provocat la reducció del nombre de treballadors contractats, alhora que es reorientava la línia de programació, ja sigui mitjançant la realització de connexions o venent espais de la programació a productores externes.

D'altra banda, els pressupostos de les municipals (que en conjunt superen els 1.200 milions de pessetes) són molt diferents; amb tot, pel que fa als ingressos, el tresor municipal és la font de finançament preeminent. Malgrat això, davant l'estancament força generalitzat del finançament municipal, els ingressos per publicitat adquireixen rellevància, ja que d'aquests ingressos depenen les possibilitats de creixement de moltes emissores. A l'hora d'accedir al mercat publicitari en millors condicions, les emissores s'enfronten a la dificultat que representa la manca d'estudis d'audiència fiables. Aquest fet fa que no suscitin gaire interès entre els anunciants de fora de la població. Pel que fa a la

publicitat institucional supramunicipal, la vinculació de les emissores a organismes com ara COM Ràdio o el Consorci Local i Comarcal de Comunicació ha generat força expectatives sobre la possibilitat d'obtenir recursos.

Problemes tècnics i adequació dels equipaments

En l'apartat tècnic, les emissores municipals han d'afrontar l'ajustament als paràmetres legals de freqüència, potència, i ubicació i alçada de l'antena. En aquest sentit, les més afectades són les emissores de municipis més petits, sovint ubicats en zones rurals, que presenten sovint una important dispersió de població (nuclis agregats, urbanitzacions...). El fet que la potència es fixi en funció del nombre d'habitants i que no tingui en compte ni l'extensió del municipi ni l'orografia de la zona provoca que quedin àrees sense una cobertura adequada. De nou són aquestes ràdios, que tenen menys potència, les més vulnerables a les interferències amb emissores veïnes. Amb tot, les emissores més grans també pateixen interferències, però en aquest cas no estan causades per la baixa potència de les emissions, sinó per la proximitat d'altres ràdios més potents (es troben en zones amb una ocupació important de l'espai radioelèctric).

Des del punt de vista dels equipaments, les emissores s'encaren amb dificultats als nous canvis (incorporació de la informàtica, digitalització de les emissions...). Malgrat la diversitat de situacions, les mancances econòmiques han anat limitant la renovació tècnica regular, fins al punt que no sol haver-hi prou recursos per al manteniment dels aparells o per fer front a reparacions importants. Però la limitació de recursos econòmics no és l'únic fre a la incorporació de tecnologies avançades, sinó que en molts casos no se'n coneixen prou bé les possibles aplicacions.

De cara al futur

La tendència a la multiplicació de canals de comunicació i a l'especialització de l'oferta programàtica, amplificada per l'impuls de la renovació tecnològica, és un fenomen global que també està afectant la comunicació local. A Catalunya, en aquests vint anys d'ajuntaments democràtics, la comunicació de proximitat ha aconseguit consolidar-se, malgrat les

dificultats. L'increment del nombre d'emissores de ràdio municipals, l'expansió de la premsa local i comarcal i, més recentment, la proliferació d'estacions de televisió local o les experiències que ja s'estan realitzant des d'aquest àmbit en les xarxes telemàtiques, indiquen que no ens trobem davant d'un espai de comunicació que es pugui qualificar com a marginal. Un element més que ratifica aquesta idea és el renovat interès que suscita en les institucions públiques (diputacions, consells comarcals, ajuntaments...), que des de mitjan anys noranta han endegat diverses iniciatives de suport a la comunicació local.

Dins d'aquest panorama, previsiblement les emissores hauran de fer front a un nou repte: l'increment de la competitivitat entre els mitjans d'un mateix municipi. Fins ara, la coexistència amb la premsa ha estat plàcida i, fins i tot, en molts casos s'han establert vincles fluids de col·laboració. Però cal tenir en compte que la delimitació de funcions que s'estableix entre un mitjà audiovisual (la ràdio municipal) i un mitjà escrit (la premsa local i comarcal) és menys clara quan es tracta de dos mitjans audiovisuals. La irrupció de les televisions locals sembla que no amenaça el paper d'aprofundiment en la informació, d'anàlisi més exhaustiva, que compleix la premsa. Però com afectarà els continguts de les emissores municipals? La ràdio sovint ha explotat el factor immediatesa com a element específic, però cal tenir en compte que les televisions locals que vénen són televisions que incorporen equips cada cop més lleugers i autònoms.

La nova situació també planteja incerteses des del punt de vista del finançament. D'una banda, l'explotació dels recursos publicitaris s'intensificarà; de l'altra, en el cas de coexistència de mitjans públics, caldrà incrementar la dotació pressupostària de les àrees de comunicació o bé fer-ne un nou repartiment. La competència, fins i tot, pot donar-se en la captació i incorporació de personal als mitjans.

Les ràdios municipals que es troben en una situació més precària per afrontar els nous reptes (per la qualitat i varietat de l'oferta de programes, per l'escassa presència de personal contractat, per problemes de finançament, d'equipaments...) són les dels municipis més petits. Tot i això, no és probable que en un primer estadi hagin

d'afrontar aquesta situació de coexistència competitiva. És el moment, doncs, d'avaluar quins recursos i, sobretot, quina voluntat hi ha per aconseguir la seva consolidació. **M.C., M. D, L.B.**

Notes:

(1) Entre els principals treballs cal esmentar:

A. Esteve (1982). «Les ràdios municipals de Catalunya», Arrel, núm. 3, pp. 3-43;

J. Berrio i E. Saperas (1983) «Una experiencia de comunicación local: las radios municipales en Catalunya». Barcelona;

Diputació de Barcelona. Servei de premsa (1984) «La comunicació a Catalunya: les ràdios municipals i la premsa comarcal», Arrel, núm.8;

F.X. Farré, J. Escartín i A. Casado (1986). Emissores municipals de Catalunya: un fenomen de comunicació local. L'Hospitalet de

Llobregat. Patronat Municipal de Comunicació.

També s'han de tenir en compte els diversos treballs presentats a les Primeres Jornades sobre Meso-Comunicació a Catalunya

celebrades el 1984, així com, amb posterioritat, l'estudi de M. de Moragas i M. Corominas (1988). La comunicació local a Catalunya (1975-1988). Barcelona: Diputació de Barcelona.

(2) La recerca va ser realitzada per un equip del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, dirigit per Maria Corominas, mitjançant un conveni amb el Centre d'Investigació de la Comunicació i la Direcció General de Radiodifusió i Televisió de la Generalitat de Catalunya. L'informe analitza la situació de les emissores el 1996, tot i que incorpora informacions posteriors a aquesta data. D'altra banda, tot i que no siguin obres monogràfiques sobre les emissores municipals, també aporten dades sobre aquest sector el treball dirigit per J. M. Martí (1996) La Ràdio a Catalunya. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, i altres que fan referència a la radiodifusió en localitats i comarques concretes.

(3) Consulta realitzada el febrer de 1999 al llistat d'emissores municipals de ràdio de la Direcció General de Radiodifusió i Televisió

<<http://www.gencat.es/dgrtv/>>.